# Comércio eletrônico X Empreendedorismo

A sociedade tem passado por uma grande evolução nas últimas décadas, o movimento surgido após o fim da Segunda Guerra Mundial onde organizações e governos passaram a fazer uso da tecnologia fez com que as relações de consumo se tornassem mais complexas e em constante mudança. A globalização, em especial o movimento ocorrido desde a década setenta e catalisado com o final dos anos noventa, provocou uma série de mudanças no relacionamento das pessoas com as empresas, alterando assim, a forma como elas consomem produtos e serviços. Considerando o impacto da tecnologia e também da globalização é importante considerar que as empresas devem estar cada vez mais preparadas para atender as expectativas dos seus stakeholders. Em relação às expectativas dos clientes é importante que as organizações se preparem para atender as necessidades de consumo ofertando mercadorias e serviços no momento que ele mais necessita, surge então, o comércio eletrônico como intermediador para atender as expectativas de clientes e acionistas (FRANCISCO, 2020).

O comércio eletrônico, que ocorre quando as organizações oferecem seus produtos e serviços utilizando-se de plataformas eletrônicas e da internet tem se expandido cada vez mais, pequenas, médias e grandes corporações têm se dedicado na busca por conhecer todas as especificidades do comércio eletrônico e, principalmente, de aproveitar todas as oportunidades por ele geradas. Assim, se faz necessário que todos os profissionais que estiverem pensando em empreender busquem compreender como ocorre o seu funcionamento.

Sobre a evolução do comércio eletrônico é importante avaliar que esse processo somente se deu com o desenvolvimento da internet e as constantes evoluções ocorridas nas telecomunicações, sendo assim, é praticamente impossível desassociar o comércio eletrônico das fases de evolução da internet. Até o fim dos anos oitenta as conexões entre empresas eram limitadas e não permitia que houvesse uma comunicação massificada entre as organizações (FRANCISCO, 2020). Na Figura 1 é possível observar três importantes vantagens de comprar através do comércio eletrônico:

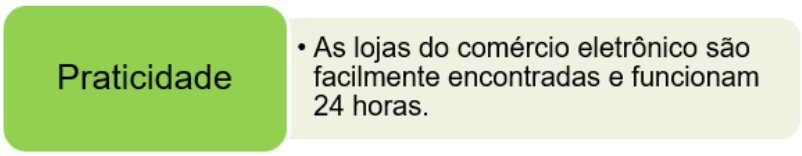
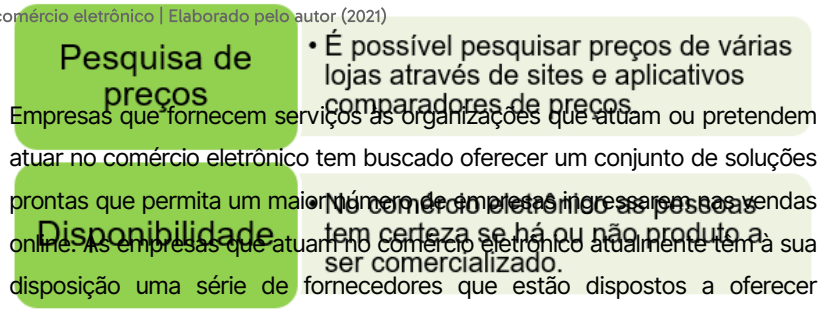


Figura 1: Características do comércio eletrônico | Elaborado pelo autor (2021)


Pesquisa de preços
• É possível pesquisar preços de várias lojas através de sites e aplicativos comparadores de preços.
Disponibilidade
• No comércio eletrônico as pessoas tem certeza se há ou não produto a ser comercializado.

Empresas que fornecem serviços às organizações que atuam ou pretendem atuar no comércio eletrônico tem buscado oferecer um conjunto de soluções prontas que permita um maior número de empresas ingressarem nas vendas online. As empresas que atuam no comércio eletrônico atualmente tem a sua disposição uma série de fornecedores que estão dispostos a oferecer soluções que permitam tornar o processo de venda na internet mais facilitado, com isso, é possível afirmar que cada vez mais novas empresas estão ingressando nesse ramo. Compete ao empreendedor desenvolver formas de buscar os melhores fornecedores para os seus negócios e assim apresentar uma empresa melhor estruturada operacionalmente para que possa disputar os clientes nesse concorrido mercado.

A busca por apresentar seus produtos e serviços em uma campanha de marketing digital é algo que deve ser perseguido por empresas de diferentes tamanhos ou setores. É natural também que, mesmo as empresas que não atuam diretamente com vendas online, busquem conhecer esse tipo de marketing e como ele poderá auxiliar no aumento das suas vendas, na busca por novos clientes, ou ainda, na consolidação de sua marca. O empreendedor deve, portanto, conhecer todas as áreas do negócio para que possa fazer as melhores escolhas para a sua empresa. É necessário também, que ele entenda e compreenda todas as especificidades pelas quais seu negócio é influenciado (SALGARELLI, 2010). Alguns pontos são essenciais de serem compreendidos quando se opta por comercializar produtos e serviços através do comércio eletrônico, os principais estão apresentados no Quadro 1 a seguir:

**Quadro 1:** Aspectos do comércio eletrônico que devem ser compreendidos pelos empreendedores.

| Aspecto de atuação no comércio eletrônico | Descrição |
|---|---|
| Usabilidade | É imprescindível que a organização que pretender atuar no comércio eletrônico busque oferecer uma boa solução de usabilidade aos seus clientes, assim, investir para que o cliente tenha uma boa navegação ao acessar seu site ou app de compra é fator chave para a consolidação da marca e aumento das vendas. Oferecer um bom atendimento, estudar o perfil comportamental do cliente online, bem como, investir para criar autoridade e presença no comércio eletrônico é fato chave para o sucesso de qualquer negócio no meio digital. |
| Excelência na entrega | Uma das maiores dificuldades que algumas pessoas têm decidir comprar online é aguardar pela chegada do seu produto, assim, é importante que as empresas invistam para reforçar cada vez mais os seus processos logísticos. Torna-se interessante que as empresas possam estabelecer parcerias, utilizar de centros logísticos e reforçar a presença física de seus armazéns e depósitos para estar cada vez mais próximo aos seus clientes. Atender as expectativas em relação a uma entrega rápida e eficiente faz com que a organização possa apresentar excelência na entrega, essa por sua vez, é uma das características mais demandadas pelos clientes que compra online. |
| Inteligência de mercado | Quando se empreende através do comércio eletrônico uma das maiores dificuldades é entender o que os clientes esperam da empresa, por isso, é altamente recomendado a realização de pesquisas para entender os desejos e expectativas do consumidor. Empresas que possuem sucesso em suas plataformas de compras na internet são aquelas que possuem inteligência de mercado, por isso, é sempre necessário investir na realização de pesquisas para identificar o comportamento de consumo dos clientes pretendidos. |
| Comunicação assertiva | A organização precisa estabelecer uma comunicação assertiva, por isso, se faz necessário reforçar os investimentos em marketing apropriado exclusivamente para a área digital. O marketing que é utilizado para uma empresa comum, ou seja, tradicional não pode ser o mesmo marketing que é aplicado para ser utilizado no comércio eletrônico, por isso, algumas adaptações são necessárias para atender as necessidades deste tipo de comercialização. |
| Adoção de novas tecnologias | Os empreendedores devem estar atentos ao surgimento de novas tecnologias que podem auxiliar em seus processos de vendas online, assim, é importante avaliar quais são elas e como podem ser empregadas nos processos de vendas online. Uma das tecnologias mais recentes que têm modificado os processos no comércio eletrônico trata-se do Blockchain e o desenvolvimento de Smart Contracts, essas tecnologias vêm sendo utilizadas para revolucionar o meio de pagamento e tornar os processos mais rápidos e adaptados às necessidades dos clientes. |

Fonte: elaborado pelo autor (2021)

No Brasil temos que o comércio eletrônico está em franco crescimento, essa informação fica evidente ao se analisar os seguintes números obtidos no ano de 2020 no país:

- Em 2020 as empresas que comercializam seus produtos e serviços através do comércio eletrônico atingiram o faturamento de R$ 87,4 bilhões em vendas, sendo 41% maior do que em 2019 (ABCOMM, 2021).
- Em 2020 houve um acréscimo de 30% no número de pedidos, portanto, houveram cerca de 193,6 milhões de pedidos realizados pelos clientes nos sites de compras (ABCOMM, 2021).
- Em 2020 houve um grande aumento no ticket médio das compras realizadas, estimativas do setor informam que no ano o ticket atingiu o valor de R$ 451,72 sendo 8% maior do que o ano anterior (ABCOMM, 2021).
- Em 2020 as empresas obtiveram recorde em relação ao número de novos clientes, neste ano foram 13,1 milhões de novos clientes, um aumento de 29% em relação ao ano anterior (ABCOMM, 2021).
- Em termos de regionalização o faturamento do comércio eletrônico no Brasil esteve organizado em 2020 da seguinte forma: norte com 4,7%, centro-oeste com 6,3%, sul com 13,1%, nordeste com 31,7% e sudeste com 44,1% (ABCOMM, 2021).

Os números apresentados em 2020 demonstram que o comércio eletrônico está cada vez mais consolidado no mercado brasileiro, entretanto, há algumas considerações acerca do frete dentre elas temos que:

> (...) os consumidores seguem sensíveis ao valor do frete, sendo um ponto importante na decisão de compra. O relatório aponta que, quanto mais o consumidor paga pelo frete, maiores são as chances de ele fazer uma reclamação sobre qualquer aspecto da compra. Por exemplo, o índice de reclamações entre os clientes que aproveitaram frete grátis foi de 5,9%. Já entre aqueles que pagaram mais de R$ 199,99 de frete, esse índice subiu para 15,7% (ABCOMM, 2021, online).

O empreendedorismo digital tem muitas semelhanças com o empreendedorismo que acontece nas outras áreas da economia, entretanto, é natural que ele possua também algumas especificidades que devem ser avaliadas por todos os empreendedores que desejam atuar nesse ramo. As pesquisas mais diversas apontam que, nos próximos anos, cerca de 50% das compras serão feitas online, por meio de smartphones, tablets e outros

dispositivos eletrônicos, ou seja, as lojas físicas não serão a primeira opção dos brasileiros.

São muitas as perspectivas que devem ser acompanhadas pelos empreendedores digitais quando optam por atuar nessa área, por isso, é importante que eles considerem todas as especificidades que fazem parte do desenvolvimento do comércio eletrônico. Os empreendedores devem buscar conhecer quais são os itens que podem afetar os seus negócios no mercado digital, pois, assim, será possível entender um pouco sobre as especificidades abaixo:

Defina bem seu nicho e público-alvo
Se planeje financeiramente
Analise seus concorrentes e o mercado
Escolha do nicho de mercado
Crie conteúdo – marketing de conteúdo
Identifique seus pontos fortes e fracos. (SWOT);
Estude qual rede social tem a ver com a sua audiência e público

Figura 2: Características do comércio eletrônico | Fonte: elaborado pelo autor (2021)

Ao decidir atuar no comércio eletrônico, é interessante que o empreendedor cuide da sua reputação virtual, pois essa é a percepção pública que uma pessoa ou empresa dispõem na internet. Geralmente, a reputação virtual de uma empresa é composta por conteúdos (notícias, artigos e mídias) e interações (avaliações, opiniões e comentários) que são publicados em redes sociais, blogs e sites especializados. Caso, por algum motivo, a empresa tenha algum problema em suas operações, ela poderá ter a sua reputação virtual arranhada e prejudicada.

Quando se trata do comércio eletrônico dentro de uma organização, se faz importante considerar que, independentemente da forma escolhida pelo

cliente, ele deverá ter garantida a máxima segurança em suas operações junto à organização. Compete às empresas que atuam no comércio eletrônico estabelecer a necessária proteção a todos os seus clientes, isso pode ocorrer no fornecimento de mais informação e maior transparência em todos os processos. Salienta-se ainda, que no comércio eletrônico temos que quanto mais cooperação quanto à possibilidade de arrependimento e reflexão, mais segurança nas formas de pagamento poderá ser ofertada aos clientes.

Os profissionais que atuam no comércio eletrônico, em especial, os responsáveis por realizar a elaboração das campanhas de marketing, deverão considerar sempre qual o objetivo da campanha, qual a duração dela, quais características ele deseja imprimir à campanha ou à marca da empresa. A definição do público-alvo também se faz interessante, assim como, a definição dos equipamentos, das pessoas envolvidas e também qual será o orçamento que será aplicado aos negócios.

Os empreendedores digitais não precisam formatar os seus negócios apenas para vendas para clientes físicos, eles podem vender para outras empresas também. Denominado de B2B – Business to Business, esse modelo de negócios ocorre entre duas empresas utilizando-se de plataformas online e do comércio eletrônico. Conhecer então os termos e conceitos que são advindos do comércio eletrônica é condição necessária para que o mesmo possa ser utilizado com todas as suas possibilidades nos negócios, no Quadro 2 é possível observar algumas diferenças importante acerca do comércio eletrônico:

**Quadro 2:** Diferenças importantes sobre o comércio eletrônico.

| Conceito | Definição |
|---|---|
| e-commerce | Operações de compra e venda de produtos e de serviços realizadas através da Internet. |
| m-commerce | Comércio por meio de dispositivos móveis como tablets e celulares. |
| t-commerce | Comércio por meio de televisões conectadas à internet as chamadas Smart TV's. |
| Social commerce | Comércio de produtos e serviços que é influenciado pelas redes sociais |
| B2C – Business to Consumer | Modelo de negócio que abrange qualquer tipo de transação em que uma organização comercialize seus produtos ou serviços diretamente para os seus consumidores finais. |

| | |
|---|---|
| B2B – Business to Business | Modelo de negócio que abrange as transações comerciais realizadas entre duas empresas. |
| B2G – Business to Government | Modelo de negócio que abrange as transações comerciais realizadas entre uma empresa e uma entidade governamental. |
| B2I – Business to Institutions | Modelo de negócio que abrange as transações comerciais realizadas entre uma empresa é uma instituição, podendo ser esta uma instituição educacional ou uma associação comercial por exemplo. |
| B2E – Business to Employee | Modelo de negócio que abrange as transações comerciais realizadas entre uma empresa e seus colaboradores. |
| E-Procurement | Modalidade de comércio eletrônico utilizado pelas empresas que desejam comprar seus principais suprimentos, dentre eles, temos materiais de escritório, produtos de higiene e produtos de limpeza. |
| CtoC – Consumer to Consumer | Modalidade de comércio que ocorre entre consumidores por intermédio de uma plataforma eletrônica, dentre os exemplos mais relevantes, estão as plataformas Mercado Livre e OLX. |
| OtoO (On-line to Off-line) | Conjunto de serviços que são adquiridos no online para uso no off-line, esse é um mercado que ainda apresenta uma grande possibilidade de expansão. |
| BtoN, ou Business to Network | Esse conceito pode ser entendido como a influência que a rede possui no processo de compra dos produtos e serviços pelos clientes, ou seja, ao prestar um bom atendimento em na sua comercialização ela poderá impactar toda a rede, o contrário também é verdadeiro, se prestar um a atendimento ruim também será divulgado. |

Fonte: elaborado pelo autor (2021)

O ideal para que uma operação de comércio eletrônico aconteça é que a organização realize um planejamento de todas as fases possíveis dessa operação, assim, será possível deter um conhecimento prévio acerca das potencialidades e possíveis gargalos. Segundo Turban (2004, p. 40) “o mais indicado é que o empresário faça uma etapa anterior de planejamento, como dito anteriormente, para definir melhor qual rumo tomar, é somente a partir de então buscar os parceiros e fornecedores adequados”, portanto, a escolha dos fornecedores da organização é fator primordial para o sucesso das suas operações de comércio eletrônico.

A relação com os diferentes fornecedores no comércio eletrônico deve primar pela segurança, eficiência e eficácia, considerando o fato de que o consumidor já espera ter acesso a mercadoria ou serviço de forma diferenciada se ele efetuasse essa compra em uma loja física, então deve-se dedicar o máximo de esforços para que esses produtos e serviços sejam entregues o quanto antes a eles. O fator qualidade deve ser um importante

condicionante norteador da escolha de fornecedores por parte das organizações que desejem atuar no comércio eletrônico.

**Atividade Extra**

O comércio eletrônico vem se expandindo cada vez mais, sendo assim, é importante que os gestores e empreendedores busquem se informar cada vez mais acerca desse tipo de comércio e de como eles podem aproveitar todas as especificidades que ele proporciona. Recomendamos a leitura da matéria jornalística "CONHEÇA OS PRINCIPAIS NÚMEROS DO E-COMMERCE NO BRASIL" que apresentará uma série de dados e informações sobre o potencial que o comércio eletrônico tem no Brasil para os empreendedores nos próximos anos.

ABCOMM. **Associação Brasileira de Comércio Eletrônico.** 2021. Disponível em: <https://www.mailbiz.com.br/conheca-os-principais-numeros-do-e-commerce-no-brasil/?keyword=&creative=481533138156&gclid=CjwKCAiArOqOBhBmEiwAsgeLmbbv8rL_O5nfXU6tVMf1YsyslAZk

**Referência Bibliográfica**

ABCOMM. **Associação Brasileira de Comércio Eletrônico.** 2021. Disponível em < https://www.mailbiz.com.br/conheca-os-principais-numeros-do-e-commerce-no-brasil/?keyword=&creative=481533138156&gclid=CjwKCAiArOqOBhBmEiwAsgeLmbbv8rL_O5nfXU6tVMf1YsyslAZk

FRANCISCO, L. F. C. **Comércio eletrônico e mídias digitais.** Curitiba: Contentus, 2020.

SALGARELLI, K. C. **Direito do consumidor no comércio eletrônico: uma abordagem sobre confiança e boa fé.** São Paulo: fcone, 2010.

TURBAN, E. **Comércio eletrônico: estratégia e gestão.** São Paulo: Prentice Hall, 2004.

**Ir para exercício**